

عنوان مقاله:

نگهداشت انرژی با رویکرد نوین ممیزی بازاریابی در این حوزه

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین در نگهداشت انرژی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سید امیر حسین طیبی ابوالحسنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه شهید بهشتی تهران و پژوهشگر شرکت دانش پژوهان نوآور،

سید محمد جواد مدنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه شهید بهشتی تهران

خلاصه مقاله:

امروزه حفظ منابع طبیعی، محیط زیست و بهینه سازی مصرف انرژی جزو اولویتهای مدیریت کلان هر کشوری میباشد. مقولهی انرژی به عنوان یکی از چالشبرانگیزترین مباحث سه دهه اخیر برای بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه دارای اهمیت ویژهی بوده است و با توجه به تحولات اقتصادی در سالهای اخیر، چگونگی مواجهه با این موضوع در صدر برنامههای دولتها و سازمانها قرار گرفته است و به تبع آن توجه به بازار و مدیریت بازار در این حوزه نیز اهمیت خاص خود را دارد. آشنایی سنجیده و علمی با بازارهای گوناگون و توانمندیها و کاستیهای هر بنگاه، مستلزم بررسیهای دورهای و مداوم از عملکرد آن بنگاه است. بدون این بررسیها امکان بهبود در عملکرد یک بنگاه وجود نخواهد داشت. ابزار پیادهسازی این فرآیند مهم و حساس، ممیزی بازاریابی است که پژوهشی گسترده و همهجانبه در وضعیت کلیهی ارکان و فعالیتهای بنگاه است. در سایهی ممیزی بازاریابی میتوان فهمید مجموعه در چه موقعیتی قرار دارد و چگونه میتواند به سمت تعالی و پیشرفت حرکت نماید. در این مقاله تلاش شده است تا ممیزی بازاریابی در حوزههای مختلف انرژی مورد بررسی قرار داده شود و با توجه به شرایط و پتانسیلهای موجود در کشور، برخی روشهای مناسب مدیریت بازار در این حوزه معرفی گردد.

کلمات کلیدی:

انرژی، محیط زیست، بهرهوری، مدیریت بازار، ممیزی، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/365575>

